

Entrepreneurship Kaum Perempuan Melayu (Studi Terhadap Perempuan Pengrajin Songket di Bukit Batu Kabupaten Bengkalis)

Oleh: Hasbullah¹ dan Jamaluddin²

Abstrak

Entrepreneurship is not just a mere managerial and business skills, because entrepreneurship also includes aspects of mental attitudes and behaviors that reflect the characteristics of an entrepreneur. Thus, the discussion also highlighted the issue of entrepreneurship means of a profile of a man who has the characteristics and properties of typical. Field study found that the respondents' mental entrepreneurship (songket artisans female in Bukit Batu) remained low at an average of 52.9%. This case can not be seen from the development of business they pursue weaving, although this had jobs or businesses they wrestled for a long time. This issue is of course closely linked to mental women who pursue such work.

Keywords: Female, Malay, and entrepreneurship

Pendahuluan

Berkaitan dengan semangat *entrepreneurship* (kewirausahaan) seringkali muncul ketika kita membuat perbandingan, misalnya di antara suku-suku yang ada di Indonesia, antara kaum pribumi dan non-pribumi. Suku Minang dan Suku Bugis dikenal sebagai suku-suku pedagang. Dari profesi yang mereka tekuni inilah orang melihat bahwa kedua suku ini mempunyai jiwa *entrepreneurship*. Kedua suku ini dikenal sebagai perantau di berbagai daerah, sehingga peranan mereka dalam kegiatan ekonomi kerap kali dianggap istimewa dan menonjol (M. Dawam Rahardjo dalam Munzir Hitami, 2005: 155). Sementara itu, beberapa suku lainnya di Indonesia dikenal sebagai suku yang kurang mempunyai jiwa *entrepreneurship* atau bahkan diberi stereotip sebagai "pemalas" sebut saja Suku Melayu (Yusmar Yusuf, 1996: 66; Amir Luthfi, 1986 & 1991; Fakhrudin Chalida, 2001). Pandangan serupa juga diterapkan dalam menilai jiwa *entrepreneurship* antara pribumi dan non-pribumi. Orang-orang Cina seringkali dinilai mempunyai jiwa *entrepreneurship* bila dibandingkan dengan penduduk pribumi. Orang-orang Cina terkenal sebagai pekerja yang ulet dan pekerja keras sehingga kehidupan perekonomian mereka baik dan mampu menguasai perekonomian di Indonesia. Penilaian ini tidak jarang berakhir dengan kesimpulan bahwa pribumi itu lebih rendah (*inferior*).

Bakat dan mental kewirausahaan dalam masyarakat Melayu telah ada sejak dahulu hingga sekarang ini sehingga disebut sebagai bangsa "Peniaga", artinya sudah ada bakat dan mental

kewirausahaan yang tertanam, sehingga kalau ada stereotip yang menyatakan bangsa Melayu itu "Pemalas", sangat bertentangan dengan nilai-nilai yang telah ditanamkan oleh pemimpin orang Melayu sejak dahulu. Kini orang Melayu mulai bangkit seiring kemajuan di era globalisasi sekarang ini, tidak hanya memproduksi tetapi sudah banyak menjadi "Peniaga yang Handal".

Berdasarkan fenomena di atas, maka perlu dilakukan suatu kajian yang mendalam tentang *entrepreneurship* masyarakat Melayu Riau, khususnya kaum perempuan. Sehingga akan terlihat dengan jelas bagaimana *entrepreneurship* kaum perempuan Melayu Riau, yang dalam kajian ini akan difokuskan kepada perempuan pengrajin songket di Bukit Batu.

Pengertian Melayu

Pemahaman tentang orang Melayu—khususnya di Riau—tidak hanya dapat dilihat dari sudut antropologi fisik saja atau Melayu sebagai konsep etnik. Namun, pemahaman yang berkembang dan dipandang mampu menjelaskan identitas orang Melayu adalah dari sudut kebudayaan (*cultural*). Dengan kata lain, melayu bukan hanya merupakan konsep etnik, tetapi juga merupakan konsep budaya (*cultural*). Dari sudut ini, Melayu Riau mendefinisikan kemelayuannya dengan beragama Islam, berbudaya Melayu, dan berbahasa Melayu. Ketiga ciri inilah yang memisahkan apakah seseorang dikatakan Melayu atau non-Melayu. Setiap orang—tanpa memperhatikan asal sukunya—bisa menjadi melayu asal saja memenuhi kriteria tersebut. Dari definisi ini, jelas sekali bahwa Islam merupakan

prasyarat utama untuk menjadi seorang Melayu. Taufik Abdullah (dalam Ulumul Qur'an, 1996: 24-25) menjelaskan bahwa 'Melayu' bukan kata benda, tetapi kata sifat, dan ia menggunakan istilah 'kultur Melayu' yang merupakan sebuah paradigma kultural yang mempertahankan konstalasi nilai-nilai yang dipegang teguh oleh masyarakat di Dunia Melayu.

Dengan demikian, melayu dapat dilihat dari pengertian yang luas dan sempit yang digunakan oleh para ilmuwan. Dalam pengertian luas, Melayu adalah suatu rumpun yang merupakan bagian dari ras Mongoloid yang salah satu ciri fisiknya, yaitu berkulit sawo matang. Ada pendapat yang mengatakan bahwa rumpun Melayu merupakan hasil pencampuran antara rumpun Mongolia yang berkulit kuning dan rumpun Dravida yang berkulit hitam, dan Arya yang berkulit putih. Dalam pengertian ini, semua orang yang berkulit coklat (sawo matang) di seluruh nusantara digolongkan Melayu serumpun. Dengan demikian, masyarakat Indonesia yang sebagian besar berkulit sawo matang termasuk kelompok rumpun Melayu, begitu juga dengan penduduk yang tersebar di berbagai belahan dunia. Sedangkan dalam arti sempit, Melayu diartikan sebagai suku bangsa. Di Indonesia, Melayu merupakan salah satu suku (sub etnik) yang berbeda dengan Jawa, Aceh, Batak, Minangkabau, Bugis, dan lain sebagainya. Sedangkan di Malaysia dan Singapura pengertian Melayu lebih merujuk kepada Melayu serumpun.

Konsep Entrepreneurship (Kewirausahaan)

Entrepreneurship (kewirausahaan) pertama kali muncul pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dan lain-lain. Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama. Kata *entrepreneurship* yang dahulunya sering diterjemahkan dengan kata kewiraswastaan akhir-akhir ini diterjemahkan dengan kata kewirausahaan. *Entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis, yaitu *entreprendre* yang artinya memulai atau melaksanakan. Wiraswasta/wirausaha berasal dari kata *Wira* yang berarti utama, gagah berani, luhur; *swa* yang berarti sendiri; *sta* yang berarti berdiri; dan *usaha* yang berarti kegiatan produktif. Dari asal kata tersebut, wiraswasta pada mulanya ditujukan pada orang-orang yang dapat berdiri sendiri. Di Indonesia kata wiraswasta sering diartikan sebagai orang-orang

yang tidak bekerja pada sektor pemerintah, yaitu para pedagang, pengusaha, dan orang-orang yang bekerja di perusahaan swasta, sedangkan wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai usaha sendiri. Wirausahawan adalah orang yang berani membuka kegiatan produktif yang mandiri. Banyak orang melakukan wirausaha karena tuntutan kebutuhan, kemudian melalui proses yang panjang sehingga perilaku wirausaha sebenarnya dapat dipelajari dan diimplementasikan oleh setiap orang, jika orang tersebut ada kemauan dan dorongan, walaupun awalnya disebabkan oleh adanya tekanan untuk menjaga eksistensi kehidupannya (Buchari Alma, 2009: 16-32).

Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008: 10) mendefinisikan: "Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi". Sedangkan Nasrullah Yusuf (2006) mendefinisikan kewirausahaan sebagai pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan. Secara sederhana, wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2007: 18).

Secara garis besar penelitian seputar intensi kewirausahaan dilakukan dengan melihat tiga hal secara berbeda-beda: karakteristik kepribadian; karakteristik demografis; dan karakteristik lingkungan. Beberapa peneliti terdahulu membuktikan bahwa faktor kepribadian seperti kebutuhan akan prestasi (McClelland, 1961; Sengupta dan Debnath, 1994: 191-204) dan efikasi diri (Gilles dan Rea, 1999; Indarti, 2004) merupakan prediktor signifikan intensi kewirausahaan. Faktor demografi seperti umur, jenis kelamin, latar belakang pendidikan dan pengalaman bekerja seseorang diperhitungkan sebagai penentu bagi intensi kewirausahaan. Sebagai contoh, penelitian di India (Sinha, 1996) menemukan bahwa latar

belakang pendidikan seseorang menentukan tingkat intensi seseorang dan kesuksesan suatu bisnis yang dijalankan. Kristiansen (2001; 2002) menyebutkan bahwa faktor lingkungan seperti hubungan sosial, infrastruktur fisik dan institusional serta faktor budaya dapat mempengaruhi intensi kewirausahaan.

Teori ekonomi memandang bahwa pengusaha dan kewirausahaan sebagai salah satu faktor *residual* yang amat penting dalam pembangunan ekonomi. Pemikiran seperti ini dapat ditemukan dalam penulisan ekonomi sejak konsep ini mulai diperkenalkan oleh Cantillon (dikutip dari Kilby, 1971: 2). Peranan pengusaha dan kewirausahaan diakui sebagai penting dalam pembangunan ekonomi karena memenuhi fungsi ekonomi yang utama, yaitu; *pertama*, seorang pengusaha mengambil daya usaha untuk menggabungkan faktor-faktor seperti tanah, modal, dan tenaga untuk memproduksi barang dan jasa. Seorang pengusaha secara serentak merupakan tenaga penggerak untuk sesuatu pengeluaran dan agen yang menggabungkan faktor yang lain di dalam suatu usaha yang diharapkan akan mendatangkan keuntungan baginya. *Kedua*, karena seorang pengusaha itu mempunyai tanggung jawab untuk membuat keputusan yang akan menentukan arah usaha itu. *Ketiga*, karena dia adalah seorang pembaharu yang senantiasa mencoba memperkenalkan secara komersial produksi baru, teknik-teknik produksi baru, hingga bentuk organisasi perdagangan yang baru. Dan *keempat*, karena ia adalah penanggung risiko (McConnel, 1975: 23).

Schumpeter berpendapat bahwa fungsi tunggal pengusaha adalah pembaharuan. Dalam pengertian ini, seorang pengusaha adalah seorang pemimpin perdagangan, seorang individu yang didorong oleh satu *atavistic will to power* dan muncul secara acak di dalam suatu masyarakat dan sifat khususnya ialah mempunyai kemampuan naluri untuk melihat apa yang terjadi di sekelilingnya dengan satu cara tersendiri yang kemudian ternyata benar, mempunyai upaya dari segi pikiran dan kemauan untuk mengatasi cara berpikir yang kolot, dan berkemampuan pula untuk bertahan terhadap tantangan sosial (Mohd. Fauzi Yacoob, 1989: 8).

Pandangan Schumpeter yang menekankan kepada motif psikologi dilanjutkan oleh McClelland. McClelland (1961) telah memperkenalkan konsep kebutuhan akan prestasi sebagai salah satu motif psikologis. Kebutuhan akan prestasi dapat diartikan

sebagai suatu kesatuan watak yang memotivasi seseorang untuk menghadapi tantangan untuk mencapai kesuksesan dan keunggulan (Lee, 1997: 103). McClelland menegaskan bahwa keperluan kepada pencapaian adalah faktor yang menghasilkan pengusaha. Penanaman dorongan pencapaian ini dikaitkan dengan kebiasaan pengasuhan anak-anak yang menekankan kepada tingkat pencapaian yang tinggi, kasih sayang ibu, latihan berdikari, dan dominasi yang kurang dari ayah (McClelland, 1961: 356). Lebih lanjut, McClelland (1961) menegaskan bahwa kebutuhan akan prestasi sebagai salah satu karakteristik kepribadian seseorang yang akan mendorong seseorang untuk memiliki intensi kewirausahaan. Menurutnya, ada tiga atribut yang melekat pada seseorang yang mempunyai kebutuhan akan prestasi yang tinggi, yaitu (a) menyukai tanggung jawab pribadi dalam mengambil keputusan, (b) mau mengambil risiko sesuai dengan kemampuannya, dan (c) memiliki minat untuk selalu belajar dari keputusan yang telah diambil.

Karakteristik *Enterpreneurship* (Kewirausahaan)

Untuk melihat individu mempunyai kadar kewirausahaan yang tinggi atau tidak, bisa dicermati dari karakteristik kewirausahaan yang biasanya nampak dari tingkah laku yang muncul dalam keseharian individu. Sukardi (dikutip dari As'ad. 2003: 147) menyatakan bahwa seorang wirausahawan yang berhasil mempunyai karakteristik psikologis tertentu, yaitu:

- Supel dan fleksibel dalam bergaul, mampu menerima kritik dan mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan orang lain.
- Mampu dan dapat memanfaatkan kesempatan usaha yang ada.
- Berani mengambil risiko yang telah diperhitungkan atas hal-hal yang akan dikerjakan serta menenangi tugas-tugas yang efektif dengan orang lain.

Menurut Kasmir (2007) berwirausaha tidak selalu memberikan hasil yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengusaha. Tidak sedikit pengusaha mengalami kerugian dan akhirnya bangkrut. Namun, banyak juga wirausahawan yang berhasil untuk beberapa generasi. Bahkan banyak pengusaha yang semula hidup sederhana menjadi sukses dengan

ketekunannya. Berikut beberapa ciri wirausahawan yang dikatakan berhasil:

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas
2. Inisiatif dan selalu proaktif
3. Berorientasi pada prestasi
4. Berani mengambil risiko
5. Kerja keras
6. Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun akan datang
7. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati
8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankannya maupun tidak.

Menurut Marbun (dikutip dari Buchari Alma, 2009: 16-32), untuk menjadi wirausahawan seseorang harus memiliki ciri-ciri:

- 1) Percaya diri; dengan watak kepercayaan (keteguhan); ketidaktergantungan; kepribadian mantap; dan optimis.
- 2) Berorientasi tugas dan hasil; dengan watak kebutuhan atau haus akan prestasi; berorientasi laba atau hasil; tekun dan tabah; tekad, kerja keras, motivasi; energik; dan penuh inisiatif.
- 3) Pengambil risiko; dengan watak mampu mengambil risiko; dan suka pada tantangan.
- 4) Kepemimpinan; dengan watak mampu memimpin; dapat bergaul dengan orang lain; dan menanggapi saran dan kritik.
- 5) Keorisinilan; dengan watak inovatif (pembaharu); kreatif; fleksibel; banyak sumber; serba bisa; dan mengetahui banyak; dan
- 6) Berorientasi ke masa depan; dengan watak pandangan ke depan; dan perseptif.

Tingkah laku kewirausahaan yang dimaksud adalah kegiatan yang polanya dicirikan oleh unsur-unsur kewirausahaan, baik dalam pemikiran maupun senyatanya dalam kegiatan ekonomi, yaitu:

1. Tingkah laku menemukan dan menerima ide-ide baru dalam kegiatan ekonomi, maksudnya adalah tingkah laku menemukan dan menerima ide-ide

baru dalam cara memproduksi dan melembagakan tata kerja dalam kegiatan ekonomi.

2. Tingkah laku pembinaan modal adalah tingkah laku keinginan memupuk modal yang dimanfaatkan untuk kelangsungan dan pengembangan proses usaha selanjutnya dalam kegiatan ekonomi.
3. Tingkah laku kepemimpinan adalah keinginan untuk merangsang, melaksanakan, dan mengarahkan kepada tujuan proses usaha.
4. Tingkah laku keinginan atau kesiapan mengambil risiko adalah upaya untuk mempertimbangkan dan menerima risiko yang layak dalam menghadapi ketidakpastian pengambilan keputusan dalam kegiatan ekonomi.
5. Tingkah laku menatalaksana adalah cara merencanakan, mengkoordinir, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi kegiatan usaha.
6. Tingkah laku keterlibatan pemasaran hasil-hasil usaha, maksudnya adalah kemampuan penguasaan pemasaran hasil usaha yang dimiliki perusahaan.

Tradisi *Enterpreneurship* dalam Budaya Melayu

Dalam sejarahnya, masyarakat Melayu dikenal sebagai bangsa pelaut dan pedagang global dengan daerah operasinya menjangkau hingga Afrika dan Eropa. Tetapi rangkaian perdagangan mereka telah dihancurkan oleh serikat-serikat India Timur (penjajah Barat), dan kemudian pada zaman kolonial mereka dimarginalkan dalam sektor pertanian tradisi. Dengan demikian, dalam masa yang cukup panjang mereka telah tersingkir dari arus utama dunia dagang. Akibatnya, etos dan budaya kewirausahaan Melayu menjadi lemah. Untuk menghadirkan kembali masyarakat Melayu di arena perdagangan dan kewirausahaan, yang diperlukan bukan hanya bantuan modal (keuangan) dan peluang perdagangan, tetapi lebih daripada itu ialah agenda penyegaran dan rekonstruksi etos kewirausahaan.

Sistem ekonomi Melayu juga mengandung prinsip penyebaran kesejahteraan bagi masyarakat setempat. Menurut UU. Hamidy (1999: 29-30) sistem ekonomi Melayu sudah lama mengenal serikat dagang, hal ini terbukti dengan berdirinya *Syarikat Dagang Ahmadi* (Asyariatul Ahmadiyah) pada tahun 1906 di Pulau

Midai Kepulauan Riau yang bergerak di bidang perdagangan kopra. Jika orang Melayu berdagang secara individual, mereka tidak akan memutar modalnya dalam jumlah yang terlalu besar, tetapi hanya memutar modal yang terbatas dan dalam mata rantai yang cukup panjang. Motif kegiatan ekonomi seperti ini belum diketahui dengan jelas, apakah mereka sengaja tidak mau melakukannya, atau mereka tidak mampu melakukannya, atau mereka memberi kesempatan kepada orang lain untuk melakukan usaha agar tidak terjadi monopoli dan penumpukan kekayaan—yang jelas-jelas dilarang agama—supaya bisa tercapai pemerataan kesejahteraan. Oleh karena itu, tidak mungkin menemukan adanya pedagang atau saudagar Melayu yang menguasai seluruh mata rantai perdagangan atau menjadi konglomerat yang besar. Selanjutnya UU. Hamidy menuturkan, bahwa matinya tradisi dagang pada orang Melayu karena adanya intervensi dari pihak kolonial yang melakukan monopoli dan mempersempit pintu perdagangan serta memberi hak-hak istimewa kepada orang Cina. Ini adalah awal dari strategi yang diterapkan oleh pihak Belanda untuk mematikan tradisi dagang (pesisir) yang lebih dinamis dari kaum Melayu atau masyarakat Indonesia umumnya, dan secara perlahan mereka ditarik ke darat untuk menekuni tradisi agraris (pertanian) yang lebih statis. Dari sinilah kemunduran-kemunduran dialami oleh orang Melayu, yang akhirnya sebagian mereka memiliki ‘karsa lemah’ dan berpegang kepada teologi yang cenderung memberikan legitimasi sebagai kompensasi psikologis, serta diwarisi secara turun temurun, dan oleh sebagian ‘orang luar’ inilah dipandang sebagai budaya orang Melayu, padahal budaya ini sebenarnya telah banyak mengalami perubahan dan berbeda dengan budaya atau sistem nilai Melayu yang sebenarnya (Hasbullah, 2007: 147-148).

Untuk melihat semangat *enterpreneurship* orang Melayu secara lebih mendalam dapat dilihat dari berbagai ungkapan adat yang terdapat dalam khasanah kebudayaan Melayu. Secara teoretis, perilaku suatu masyarakat dimotivasi oleh sistem nilai yang berlaku dan dianutnya. Salah satu bentuk nilai yang dianut dan dipegang oleh orang Melayu adalah pepatah atau ungkapan adat. Orang Melayu mendasarkan budayanya dengan nilai-nilai Islam yang selalu memandang bekerja merupakan ibadah, kewajiban, dan tanggung jawab. Bekerja sebagai ibadah merupakan hasil pemahaman orang Melayu

terhadap al-Qur'an dan Hadits Nabi. Pemahaman tersebut selaras dengan ungkapan adat Melayu yang menjelaskan tentang pandangan orang Melayu terhadap kerja:

*Apa tanda orang beradat
Wajib bekerja ianya ingat
Kalau mengaku orang Melayu
Wajib bekerja ianya tahu
Apa tanda orang berakal
Dalam bekerja hatinya pukal
Apa tanda orang beriman
Bekerja keras tiada segan
Apa tanda orang berilmu
Bermalas-malas ianya malu*

Ungkapan di atas mencerminkan bagaimana utamanya kedudukan kerja dalam pandangan orang Melayu. Orang yang mampu bekerja keras, dianggap bertanggung jawab, baik terhadap diri dan keluarga maupun terhadap masyarakat, agama, adat istiadat, dan norma-norma sosial yang mereka jadikan pegangan dan sandaran. Sebaliknya orang yang bermalas-malasan disebut orang yang tak tahu diri. Orang yang bermalas-malasan sering menjadi ejekan dalam masyarakat, seperti yang tertuang dalam pantun berikut ini;

*Tak ada gunanya berbaju tebal
Hari panas badan berpeluh
Tak ada gunanya melayu bebal
Diri pemalas kerja bertangguh
Tak ada guna kayu diukir
Bila dipakai dimakan ulat
Tak ada guna melayu pandir
Bekerja lalai makannya kuat
Apa guna merajut baju
Kalau ditetas butangnya lepas
Apa guna disebut melayu
Kalau malas bekerja keras*

Metode Penelitian

Metode yang Digunakan

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif. Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah (2011: 26) menjelaskan bahwa satu penelitian hanya boleh menggunakan satu pendekatan, baik pendekatan kualitatif maupun kuantitatif. Namun, dalam satu penelitian yang sama dapat menerapkan kedua metode yang ada, yaitu metode kualitatif dan kuantitatif, dan akhirnya menghasilkan data kualitatif

dan kuantitatif.

Penelitian deskriptif menggambarkan dengan tepat mengenai sifat-sifat individu, keadaan, gejala dan kelompok tertentu, menentukan frekuensi adanya hubungan tertentu antara satu gejala dengan gejala lainnya dalam masyarakat (Irawan Soehartono, 1995: 35). Metode kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk menghasilkan data kualitatif, ungkapan atau catatan orang itu sendiri atau tingkah laku mereka yang terobservasi. Sedangkan metode kuantitatif dalam kajian ini digunakan untuk memperoleh data kuantifikasi seperti statistik Desa Bukit Batu dan juga data yang diperoleh dari hasil angket.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Bukit Batu, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis, dengan pertimbangan bahwa:

- Kaum perempuan di lokasi ini memiliki usaha sebagai penenun songket.
- Belum ada penelitian serupa di lokasi ini, sehingga hasil penelitian tidak akan merupakan duplikasi penelitian.
- Lokasi penelitian cukup dikenal oleh penulis.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan pengrajin songket yang berjumlah 85 orang (Data lapangan, Juli 2013). Karena jumlahnya tidak terlalu banyak, maka keseluruhan populasi dijadikan subjek dalam penelitian ini. Dengan kata lain, penelitian ini menjadikan populasi sekaligus sebagai sampel atau disebut dengan penelitian sensus atau populasi (Suharsimi Arikunto, 1996: 115). Dalam penelitian ini mereka dijadikan sebagai responden untuk dijangkau datanya melalui angket.

Sumber Informasi

Untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka perlu ditemukan informan pokok yang dapat memberikan berbagai keterangan yang diperlukan (Koentjaraningrat, 1991: 130). Agar keabsahan data dari informan dapat terandalkan, penentuan informan pokok (*key informant*) dengan kriteria sebagai berikut:

- Orang yang dipandang memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam tentang masyarakat Melayu Bukit Batu.

- Orang yang dapat memberikan informasi secara mendalam dan rinci tentang perilaku ekonomi masyarakat Melayu Bukit Batu, khususnya perempuan pengrajin songket.
- Orang yang mampu memberikan informasi secara mendalam tentang semangat kewirausahaan masyarakat Melayu Bukit Batu, khususnya perempuan pengrajin songket.

Berdasarkan struktur sosial masyarakat Desa Bukit Batu, maka yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 23 orang. Untuk melihat kebenaran data dalam penelitian ini dilakukan *cross checks* data di antara informan-informan yang ditentukan di lapangan. Informan berasal dari berbagai kalangan yang terdapat dalam masyarakat, baik perangkat desa maupun tokoh-tokoh yang terdapat dalam masyarakat. Untuk memperjelas perincian informan penelitian dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

| No | Status Sosial | Jmh | Usia | Tingkat Pendidikan |
|--------|------------------|-----|-------|--------------------|
| 1. | Tokoh masyarakat | 5 | 45–70 | SD–SLTA |
| 2. | Tokoh agama | 5 | 40–70 | SD–PT |
| 3. | Tokoh pendidikan | 3 | 40–65 | SLTA–PT |
| 4. | Tokoh wanita | 5 | 40–60 | SD - SLTA |
| 5. | Perangkat Desa | 5 | 30–50 | SD–SLTA |
| Jumlah | | 23 | | |

Sumber: Survei lapangan, Juli 2013

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi (pengamatan) partisipasi pasif, yaitu peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak terlibat dalam kegiatan tersebut (Sugiono, 2009: 66; Lexy J. Moleong, 2000: 127). Melalui teknik observasi ini peneliti mengamati berbagai aktivitas menenun yang dilakukan oleh responden, berbagai kebiasaan yang dilakukan oleh responden, mendengar apa yang dikatakan dan dilakukan orang, mengamati lingkungan kerja responden, dan lain-lain.

Selain observasi, dilakukan pula wawancara. Wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) terhadap informan. Wawancara mendalam untuk memahami seluk beluk kehidupan masyarakat Melayu Desa Bukit Batu dan kehidupan ekonominya berdasarkan informasi masyarakat setempat. Wawancara dilakukan selama

setengah sampai satu setengah jam. Dan terhadap informan tertentu, penulis melakukan wawancara beberapa kali dengan tujuan untuk mengklarifikasi atau menambah data-data yang masih dianggap kurang. Adapun bentuk wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara terbuka (*open interview*) agar para informan dapat memberikan keterangan sebanyak-banyaknya atau sepanjang-panjangnya.

Angket digunakan dalam penelitian ini berbentuk angket tertutup, yaitu kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberi kesempatan memberikan jawaban yang lain (Masri Singaribun, 1989: 177). Adapun dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah foto-foto dan juga dokumen Kantor Desa Bukit Batu.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara simultan dengan proses pengumpulan data (*on going analysis*). Analisis ini dilakukan mengikuti proses antara lain, reduksi data (sortir data), penyajian data dan menarik kesimpulan berdasarkan hasil reduksi dan penyajian data yang telah dilakukan sebelumnya. Untuk mendapatkan informasi yang betul-betul akurat maka dilakukan pengecekan melalui teknik triangulasi³ terhadap setiap informasi yang diperoleh, baik informasi yang diperoleh melalui wawancara mendalam (*in depth interview*) maupun informasi yang diperoleh melalui observasi. Seluruh data yang tersedia ditelaah, direduksi, kemudian diabstraksikan sehingga terbentuk satuan informasi. Satuan informasi ini ditafsirkan dan diolah menjadi kesimpulan. Sejalan dengan penarikan kesimpulan, interpretasi terhadap data juga terus-menerus dilakukan secara simultan. Interpretasi dibangun melalui kombinasi data, teori yang digunakan, dan sikap peneliti (*reasoning capacity*).

Sedangkan data-data kuantitatif disajikan dalam bentuk angka persentase atau tabel frekuensi dengan interpretasi; tinggi (76% - 100%), sedang (56% - 75%), rendah (40% - 55%), dan sangat rendah (kurang dari 40%). Data ini kemudian diberi penjelasan kuantitatif dan kualitatif, atau dikenal dengan teknik deskriptif kualitatif dengan persentase (Suharsimi Arikunto, 1996: 244).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Ada empat fokus utama yang menjadi pembahasan untuk melihat semangat *enterpreneurship* perempuan

pengrajin songket, yaitu (1) percaya diri, (2) berorientasi pada hasil, (3) berani mengambil risiko, dan (4) berorientasi ke masa depan.

Percaya Diri

Menurut Buchari Alma (2009: 53) orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan ruhaninya. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, objektif, dan kritis, emosionalnya stabil, tidak gampang tersinggung dan naik pitam. Dalam praktik, sikap, dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh karena itu, kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualitas, dan ketidaktergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan.

Kepercayaan diri, baik langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap mental seseorang. Gagasan, karsa, inisiatif, kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, semangat berkarya, dan sebagainya dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan diri seseorang yang berbaur dengan pengetahuan, keterampilan, dan kewaspadaannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum sikap percaya diri responden tergolong sedang, yaitu 60%. Hasil angket di lapangan mendapati bahwa sebagian responden saja yang melakukan pekerjaan ini dengan minat yang sepenuhnya. Sedangkan sebagian yang lain melakukannya hanya karena tidak ada pekerjaan lain. Sikap seperti ini tentu saja mempengaruhi motivasi mereka dalam bekerja. Individu yang mempunyai minat pada suatu kegiatan akan melakukannya dengan giat daripada kegiatan yang tidak diminatinya (Sutjipto, 2002).

Selain itu, munculnya minat terhadap sesuatu sangat dipengaruhi bagaimana sikap masyarakat terhadap status sesuatu itu. Martabat sebagai wirausahawan yang tinggi akan menggerakkan orang lain untuk berminat terhadap wirausaha juga (McClelland, 1987).

Sebagian responden juga tidak menjadikan pekerjaan menenun sebagai pekerjaan utama, melainkan hanya sebagai pekerjaan sampingan atau tambahan. Mereka juga kurang yakin jika produk kain tenun yang mereka hasilkan mampu bersaing

dengan produk kain tenun yang dihasilkan di kawasan lain. Di samping itu, mereka juga kurang yakin jika usaha ini dapat dikembangkan secara lebih besar lagi. Mereka juga memandang pekerjaan sebagai penenun bukanlah pekerjaan yang berprestise. Demikian juga halnya dengan pendapatan yang didapat dari pekerjaan menenun belum dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga.

Berorientasi Kepada Tugas dan Hasil

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif prestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif. Berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai sesuatu. Untuk memulai diperlukan adanya niat dan tekad yang kuat serta karsa yang besar. Sekali sukses atau berprestasi maka sukses berikutnya akan menyusul, sehingga usahanya semakin maju dan berkembang. Wirausahawan selalu komitmen dalam melakukan tugasnya sampai berhasil. Ia tidak setengah-setengah dalam melakukan pekerjaannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum orientasi kepada tugas dan hasil dari pekerjaan responden tergolong rendah, yaitu 53,33%. Hal ini ditunjukkan dengan tidak maksimalnya atau tidak tekunnya responden melakukan pekerjaan tersebut. Responden juga tidak selalu menghasilkan kain tenun dalam waktu yang singkat, meskipun hal itu sebenarnya dapat dicapai. Hal demikian juga terlihat dari tidak adanya peningkatan produksi kain tenun yang dihasilkan responden dari waktu ke waktu. Di samping itu, responden juga belum menjadikan pekerjaan menenun untuk meraih uang atau keuntungan yang banyak. Bahkan sebagian responden tidak begitu menghiraukan kualitas kain tenun yang mereka hasilkan sehingga tidak jarang kain tersebut tidak laku terjual.

Berani Mengambil Risiko

Seorang usahawan yang sukses adalah usahawan yang mampu melihat peluang, memanfaatkan peluang, berani mencoba sesuatu yang baru, serta siap menghadapi risiko sebagai akibat keputusan yang dibuat. Setiap usaha yang ditekuni pasti mempunyai risiko, hanya saja apakah risiko tersebut besar atau kecil, memberikan dampak yang signifikan atau tidak terhadap usaha. Seorang usahawan tidak mungkin mengelak dari risiko, sekecil apapun usaha

pasti mengandung risiko. Oleh karena itu, seorang usahawan harus dapat mencermati dan memahami dengan baik usaha yang ditekuni agar risiko yang datang tidak berakibat negatif terhadap usaha yang ditekuninya. Namun, usahawan yang tidak mau mengambil tantangan dalam usahanya akan berakibat usaha tersebut tidak akan mengalami kemajuan yang berarti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum keberanian responden mengambil risiko tergolong rendah, yaitu 43,27%. Hal ini ditunjukkan dari tidak adanya motif tenun yang baru. Mereka hanya menghasilkan motif tenun lama yang diwariskan secara turun temurun. Di samping itu, responden juga tidak pernah membuat produk turunan yang bahan utamanya berasal dari kain tenun. Responden juga belum berani memasarkan kain tenun mereka di toko-toko. Secara umum, teknik pemasaran yang mereka gunakan adalah secara tradisional, yaitu hanya menunggu pelanggan datang membeli ke rumah. Informan (wawancara, 16 Agustus 2013) menjelaskan bahwa ketidakberanian pengrajin menghasilkan motif baru dikarenakan antara lain: (1) kurangnya pengetahuan dan wawasan tentang tenun, (2) kurangnya minat mereka untuk belajar atau menambah pengetahuan, dan (3) takut kain yang mereka produksi tidak laku terjual sehingga mereka mengalami kerugian.

Berorientasi ke Masa Depan

Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki pandangan yang jauh ke masa depan, maka ia selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya. Kuncinya adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada saat ini. Meskipun terdapat risiko yang mungkin terjadi, ia tetap tabah untuk mencari peluang dan tantangan demi pembaruan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausahawan tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada saat ini. Oleh sebab itu, ia selalu mempersiapkannya dengan mencari peluang. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan, seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan. Pandangan ke depan amat diperlukan dalam pengembangan usaha di masa mendatang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum orientasi ke masa depan responden tergolong

rendah, yaitu 50,04%. Hal ini ditunjukkan dari ketidakmampuan mereka merancang pengembangan usaha ke depan. Di samping itu, mereka juga tidak memiliki target yang jelas yang akan dicapai pada masa mendatang. Mereka menjalani pekerjaan dari waktu ke waktu tanpa ada perubahan. Mereka juga belum menjalin kerjasama dengan pihak lain, baik untuk pengembangan usaha maupun untuk pemasaran produk.

Faktor-faktor yang Membentuk Semangat *Enterpreneurship* (Mental Kewirausahaan)

Mental kewirausahaan yang mereka miliki terbentuk dalam tempoh masa yang panjang dan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Mental kewirausahaan seseorang atau sekelompok orang merupakan bagian dari kebudayaan yang terdapat pada masyarakat tersebut. Oleh karena itu, corak kebudayaan pada suatu masyarakat amat menentukan sikap dan perilaku masyarakat tersebut. Kebudayaan didapat oleh suatu generasi dengan cara dipelajari dari generasi sebelumnya. Dengan demikian, proses pembelajaran merupakan dasar utama dalam pewarisan kebudayaan, baik dilakukan oleh keluarga, masyarakat, lembaga pendidikan, dan sebagainya. Pada dasarnya, mental kewirausahaan terkait erat dengan proses pembudayaan yang dilakukan oleh institusi keluarga, pendidikan, dan sebagainya. Perbedaan corak kebudayaan antara satu masyarakat dengan masyarakat yang lain inilah yang juga membuat mental kewirausahaan mereka juga berbeda. Usahawan hanya muncul dari masyarakat yang memiliki budaya kerja yang tinggi. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh McClelland, seperti yang dikutip oleh Tajul Arifin (1999: 155-204) bahwa mental kewirausahaan tidak dapat direkayasa, hanya mungkin dapat dikembangkan atau ditularkan.

Kedudukan dan peran perempuan terkait erat dengan nilai-nilai sosial budaya yang berlaku di suatu daerah. Perkembangan kedudukan dan perannya seiring dengan perkembangan pemahaman terhadap norma-norma agama dan adat istiadat, situasi ekonomi, dan politik negara bersangkutan. Demikian pula halnya dengan perempuan Melayu di Riau—khususnya perempuan pengrajin songket di Bukit Batu—kedudukan dan peran yang dimainkannya juga dibentuk oleh bagaimana mereka memahami norma agama, bagaimana adat istiadat yang ada di lingkungan mereka, dan bagaimana kebijakan pemerintah

terhadap usaha yang mereka tekuni. Sejalan dengan perubahan zaman, mereka juga mengalami berbagai perubahan dalam cara mereka memaknai kehidupan, pekerjaan, dan lain sebagainya. Meskipun demikian, nilai-nilai agama dan budaya Melayu masih melekat pada diri perempuan pengrajin songket di Bukit Batu. Hanya saja nilai-nilai tersebut tidak mendorong terbentuknya mental kewirausahaan pada diri mereka. Selanjutnya di bawah ini akan dijelaskan faktor-faktor yang membentuk mental kewirausahaan pengrajin songket di Bukit Batu.

1. *Tingkat pendidikan dan wawasan.*

Melalui pendidikan seseorang akan mendapatkan pengetahuan dan wawasan yang sekaligus membentuk pandangan hidup mereka. Pengetahuan dan wawasan yang dimiliki juga dapat membuat seseorang menjadi kreatif, inovatif, dan memiliki orientasi ke masa depan.

Rendahnya tingkat pendidikan yang dimiliki oleh sebagian besar responden membuat cara pandang mereka akan kehidupan menjadi sempit dan terbatas. Keterbatasan pengetahuan yang dimiliki juga membuat mereka tidak berani melakukan sesuatu yang baru atau mengubah sesuatu yang lama. Mereka sulit beranjak dari kebiasaan lama yang sudah diwariskan secara turun temurun.

2. *Kebiasaan masyarakat dan nilai-nilai budaya.*

Nilai-nilai sosial budaya yang terdapat di tengah masyarakat mulai dari kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara ikut membentuk sikap dan perilaku warganya. Individu adalah seseorang yang hidup di tengah masyarakat dan mendapatkan pengaruh atau dibentuk oleh kebiasaan yang ada pada masyarakatnya. Kebiasaan yang terdapat di masyarakat akan menciptakan mental individu yang hidup di masyarakat tersebut.

Seperti sudah dijelaskan sebelumnya, pada masyarakat Bukit Batu masih berlaku kebiasaan yang menyia-nyiakan waktu dan berkumpul sesama mereka tanpa tujuan yang jelas. Hal ini berakibat kepada mental kewirausahaan yang mereka miliki. Mereka tidak terbiasa melakukan pekerjaan secara disiplin, suka menunda-nunda pekerjaan, dan juga membuang-buang waktu. Lingkungan sosial budaya masyarakat Bukit Batu tidak mendorong mereka untuk menjadi seorang usahawan atau membentuk pribadi yang memiliki budaya kerja yang tinggi. Melalui lingkungan sosial budaya seseorang akan belajar

dan melakukan peniruan tentang berbagai hal dalam kehidupan, termasuk sikap dalam berusaha. Merujuk kepada teori Belajar Sosial bahwa pada awalnya proses belajar manusia bertumpu pada pengalaman dirinya secara langsung, dan kedua bahwa bagian utama dari proses belajar adalah peniruan terhadap pengalaman orang lain (Atkinson, et.al., 1995: 56-58).

Jika ditilik secara lebih mendalam perkara ini sebenarnya juga berkaitan dengan pola asuh atau pola pendidikan yang berlangsung di keluarga. Para orang tua di Bukit Batu sebagian besar tidak membiasakan anak-anak mereka yang masih kecil untuk menjadi anak-anak yang kreatif, menghargai waktu, bertanggung jawab, dan disiplin (Wawancara, 25 Oktober 2013). Penanaman nilai-nilai tersebut seharusnya dilakukan pada usia kanak-kanak (dini) agar setelah mereka beranjak dewasa nilai-nilai tersebut tertanam dengan baik dalam diri mereka.

Nilai-nilai tradisional juga menempatkan kaum perempuan (istri) lebih "rendah" posisinya dari suami. Dalam konteks pemenuhan ekonomi rumah tangga, masyarakat Bukit Batu masih memandang terdapat perbedaan peran dan tanggung jawab antara laki-laki (suami) dan perempuan (istri). Suami yang diposisikan sebagai pencari nafkah dan perempuan hanya sebagai pencari nafkah tambahan bagi keluarga, mengakibatkan motivasi mereka umumnya masih rendah. Tetapi bagi perempuan yang sudah menyadari dan mengetahui hak dan tanggungjawabnya sebagai mitra seajar laki-laki, mereka juga mempunyai motivasi kerja yang tinggi.

Demikian juga halnya dengan pola pembagian kerja antara laki-laki dan perempuan dalam rumah tangga di Desa Bukit Batu. Perempuan dalam rumah tangga pengrajin songket di tempatkan pada posisi kedua dan bertanggung jawab mengurus rumah tangga, seperti memasak, mencuci, memelihara anak, dan sebagainya. Sedangkan suami adalah kepala rumah tangga bertanggung jawab memenuhi keperluan rumah tangga. Meskipun perempuan (istri) bekerja, namun sering dipahami sebagai mencari pendapatan tambahan bagi keluarga. Pemahaman ini tentu saja berakibat pada rendahnya motivasi mereka dalam bekerja. Mereka merasa tidak bertanggung jawab terhadap pemenuhan ekonomi rumah tangga, namun hanya bertugas untuk membantu. Oleh karena itu, mereka melakukan pekerjaan tidak dengan sungguh-sungguh.

Perkara ini berbeda pada perempuan pengrajin songket yang memiliki beban ekonomi yang lebih berat, seperti para janda, keluarga yang suaminya tidak mampu memenuhi keperluan keluarga (tidak punya pekerjaan atau dalam kondisi sakit menahun), keluarga yang suaminya tidak berada di rumah dan tidak memberi nafkah secara pasti. Bagi keluarga seperti ini, motivasi kerja mereka lebih tinggi karena mereka harus memenuhi semua keperluan keluarga. Artinya, tanggung jawab ekonomi sudah berada di pundak perempuan dan bukan laki-laki. Maknanya, dorongan pemenuhan ekonomi keluarga merupakan alasan utama mereka melakukan pekerjaan dengan lebih tekun dan sungguh-sungguh.

3. Kebijakan Pemerintah.

Menurut M. Dawam Rahardjo (dalam Munzir Hitami, 2005: 157-158) bahwa mental kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan nilai-nilai yang dianut atau juga nilai-nilai agama, melainkan juga berkaitan dengan peristiwa sejarah. Mental kewirausahaan masyarakat Indonesia sangat dipengaruhi oleh politik penjajahan yang menempatkan mereka sebagai kelas pekerja dan bangsa kuli. Posisi sosial dan hubungan kelas pribumi dan non-pribumi ikut mempengaruhi mental kewirausahaan masing-masing golongan. Dalam konteks ini, mental kewirausahaan orang Cina di Indonesia juga dapat dilihat dari sisi sejarah di mana mereka telah ditempatkan oleh penjajah sebagai golongan menengah menengah (Nasikun, 1995: 29).

Burger (1957: 15-44) menjelaskan bahwa pada dasarnya beberapa etnik atau sub etnik di Indonesia memiliki dayanalar kewirausahaan yang tinggi. Tetapi kemudian mereka tumbuh menjadi golongan sosial yang kurang percaya diri dan kurang menghargai kreativitasnya sendiri, karena modal dasar yang inheren pada mereka dihancurkan oleh golongan penjajah dengan cara menanamkan superioritas ras. Meskipun begitu, benih kewirausahaan yang pernah dimiliki oleh bangsa Indonesia, dalam bentuk rasa percaya diri (*self confidence*), inisiatif, kedisiplinan, kreativitas, tanggung jawab, dan nilai-nilai kewirausahaan yang tinggi dapat digali, dikembangkan, dan ditularkan kembali kepada generasi berikutnya.

Perkarai ini berlanjut dengan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah yang lebih berpihak kepada pemilik modal, dalam hal ini adalah orang Cina. Pada masa Orde Baru, orang Cina mendapat banyak kemudahan dan "dipercaya" oleh pemerintah untuk mengembangkan berbagai usaha di Indonesia. Sedangkan masyarakat

pribumi sulit untuk mendapatkan pinjaman modal untuk melakukan usaha. Hal ini berakibat kepada sedikitnya jumlah usahawan dari kalangan pribumi. Kebijakan yang dibuat oleh pemerintah ini ikut membentuk mental kewirausahaan bangsa Indonesia secara umum. Fenomena ini memperlihatkan dengan jelas bagaimana persoalan struktural cukup bermain dalam membentuk mental kewirausahaan masyarakat.

Pada masa Orde Reformasi (mulai tahun 2000) mulai ada perubahan dalam kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Krisis ekonomi 1997 telah membuka mata pemerintah di mana terbukti usaha dengan modal besar terkena imbas krisis moneter, sementara usaha kecil dan menengah dapat bertahan dari terpaan krisis tersebut. Perkara yang juga merubah pandangan pemerintah adalah banyaknya tenaga kerja yang dapat diserap oleh sektor ini, baik usaha kecil dan menengah maupun usaha rumahan. Maknanya, sektor ekonomi ini dapat membantu pemerintah dalam mengatasi masalah tenaga kerja dan pengangguran (Euis Amalia, 2009).

Perubahan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah juga dirasakan oleh perempuan pengrajin songket di mana mereka juga mendapatkan bantuan berupa modal usaha dan juga pelatihan. Program bantuan ini dilakukan untuk penguatan usaha yang ditekuni oleh usahawan rumahan yang dapat mendatangkan penghasilan yang lebih. Di samping itu, mereka juga dilatih dan diperkenalkan dengan perkembangan terbaru yang berkaitan dengan usaha tenunan. Meskipun harus diakui bantuan yang diberikan oleh pemerintah tidak mencapai target atau sasaran secara maksimal, karena ada sebagian pengrajin yang menyalahgunakan bantuan tersebut dan ada juga yang tidak mampu mengurus bantuan tersebut dengan baik sehingga usaha mereka tetap tidak mengalami perkembangan yang signifikan. Perkara ini terkait erat dengan mental para pengrajin yang tidak memiliki mental kewirausahaan.

Kesimpulan

Kewirausahaan bukanlah sekedar keterampilan manajerial dan bisnis belaka, karena kewirausahaan juga meliputi aspek sikap mental dan perilaku yang mencerminkan karakteristik seorang wirausaha. Jadi pembahasan masalah kewirausahaan berarti juga menyoroti mengenai profil seorang manusia yang memiliki ciri-ciri dan sifat-sifat khas.

Kajian lapangan mendapati bahwa mental kewirausahaan pada diri responden masih rendah, yaitu rata-rata 52,9%. Perkara ini dapat dilihat dari tidak berkembangnya usahatani yang mereka tekuni, meskipun pekerjaan atau usaha ini sudah mereka tekuni sejak lama. Pekerjaan ini diwariskan dari satu generasi ke generasi selanjutnya, namun usaha tersebut tetap tidak mengalami perubahan. Upaya dan dukungan pemerintah untuk mengembangkan usaha ini juga tidak membuahkan hasil secara maksimal. Persoalan ini tentu saja terkait erat dengan mental kaum perempuan yang menekuni pekerjaan tersebut. Dalam pandangan masyarakat Bukit Batu—juga pandangan masyarakat Indonesia pada umumnya—bahwa tanggung jawab ekonomi keluarga berada di tangan laki-laki (suami). Oleh karena itu, kaum perempuan bekerja dipahami sebagai upaya mendapatkan pendapatan tambahan atau menutupi kekurangan. Perkara ini tentu saja berdampak terhadap motivasi mereka dalam menekuni usaha tersebut. Hal lain yang juga patut diduga yang ikut membentuk tidak tumbuhnya mental kewirausahaan adalah pola pengasuhan dan pendidikan anak dalam keluarga, seperti yang dikatakan oleh teori kewirausahaan McClelland, Hagen, dan Cochran. Perkara ini dapat dilihat dari tidak adanya sosialisasi nilai-nilai tersebut di dalam keluarga dan juga kebiasaan yang ada di tengah masyarakat.

Mereka melakukan pekerjaan ini lebih kepada tuntutan ekonomi atau pemenuhan keperluan rumah tangga. Jadi, motivasi atau dorongan utama mereka bekerja adalah pemenuhan keperluan pokok dalam kehidupan, yaitu makan dan minum atau keperluan primer, yang merupakan intisari daripada teori motivasi Abraham H. Maslow. Mereka belum sampai lagi kepada meraih prestasi dengan pekerjaan yang mereka tekuni sebagai suatu keperluan, yang menurut McClelland menjadi ciri utama seseorang untuk menjadi usahawan yang sukses (*need of achievement*). Dengan demikian, motivasi mereka melakukan pekerjaan lebih berdasarkan kepada yang bersifat materi, bukan sesuatu yang non-materi.

Adapun faktor-faktor yang membentuk mental keusahawan responden dapat dibagi ke dalam dua bagian, yaitu (1) faktor internal yang terdiri dari rendahnya tingkat pendidikan dan wawasan, sikap mental, dan motivasi dalam bekerja dan berusaha; dan (2) faktor eksternal yang terdiri dari kebiasaan dan budaya yang berlaku di tengah masyarakat dan kebijakan pemerintah (terutama pada masa orde baru).

Catatan: (Endnotes)

- 1 Dr. Hasbullah, M.Si. adalah Dosen pada Fakultas Ushuluddin UIN SUSKA Riau.
- 2 Dr. Jamaluddin, M.U. adalah Dosen pada Fakultas Ushuluddin UIN SUSKA Riau.
- 3 Triangulasi ialah logika pendekatan penelitian dimana temuan-temuan dari satu jenis studi dapat dicek pada temuan-temuan yang diperoleh dari jenis studi lain. Misalnya, hasil-hasil penelitian kualitatif dapat dicek pada studi kuantitatif. Tujuannya secara umum adalah untuk memperkuat kesahihan temuan-temuan (lihat Alan Bryman, 2002: 84 editor Julia Brannen).

Daftar Pustaka

- Amir Luthfi. (1986). *Agama dan Interaksi Sosial antar Kelompok Etnik*. Pekanbaru: Bumi Pustaka.
- (1991). "Pengaruh Industri Terhadap Kehidupan Keagamaan Masyarakat Melayu Batam". Laporan Penelitian. Pekanbaru: IAIN SUSQA.
- As'ad. (2003). *Seri Ilmu dan Sumber Daya Manusia: Psikologi Industri dan Organisasi*. Yogyakarta: Liberty.
- Atkinson, Rita L. Richard C. Atkinson & Ernest R. Hilgard. (1995). *Introduction to Psychology* (terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Brannen, Julia. (2002). *Memadu Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Buchari Alma. (2009). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Burger, D. H. (1957). *Sejarah Ekonomi Sosiologi Indonesia*. Jakarta: Pradanya Paramita.
- Euis Amalia. (2009). *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fakhrudin Chalida. (2001). "Etos Kerja Nelayan Melayu". Disertasi. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Giles, M. dan A. Rea. (1970). "Career self-efficacy: an application of the theory of planned behavior". *Journal of Occupational & Organizational Psychology* 73 (3). pp. 393-399.
- Hasbullah. (2007). *Islam dan Transformasi Kebudayaan Melayu di Kerajaan Siak*. Pekanbaru: Yayasan Pusaka Riau.
- Hisrich, Robert D, Michael P. Peters dan Dean A. Sheperd. (2008). *Kewirausahaan* (terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Irawan Soehartono. (1995). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Rosdakarya.
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Perkasa.
- Kilby, Peter. "Hunting the Heffalump", dalam Kinly (ed.). (1971). *Entrepreneurship and Economic Development*. New York: the Free Press.
- Koentjaraningrat. (1991). *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Kristiansen, S. (2001). "Promoting African pioneers in business: what makes a context conducive to small-scale entrepreneurship?". *Journal of Entrepreneurship* 10 (1). pp. 43-69.
- (2002). "Individual perception of business contexts: the case of small-scale entrepreneurs in Tanzania". *Journal of Developmental Entrepreneurship* 7 (3).
- Lee, J., (1997). "The motivation of women entrepreneurs in Singapore". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 3 (2). pp. 93-110.
- Lexy J. Moleong. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Masri Singarimbun & Sofian Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- McClelland, David. (1961). *The Achieving Society*. New York: Liton Educational Publishing Inc.
- (1987). *Pengantar Kewiraswastaan* (terjemahan). Jakarta: Intermedia.
- McConnell, Campbell R. (1975). *Economic: Principles, Problems and Policies*. 6th Edition. Tokyo: McGraw Hill Book Co.
- Mohd. Fauzi Yaacob. (1989). *Periaga dan Perniagaan Melayu: Suatu Kajian di Kota Baharu Kelantan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Munzir Hitami (ed.). (2005). *Islam Keras Bekerja*. Pekanbaru: Suska Press.

- N. Indarti. (2004). "Factors affecting entrepreneurial intentions among Indonesian students". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 19 (1). pp. 57-70.
- Nasikun. (1995). *Sistem Sosial Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasrullah Yusuf. (2006). *Wirausaha dan Usaha Kecil*. Jakarta: Modul. PTKPNF Depdiknas.
- Sengupta, S. K. dan S. K. Debnath. (1994). "Need for achievement and entrepreneurial success: a study of entrepreneurs in two rural industries in West Bengal". *The Journal of Entrepreneurship* 3 (2). pp. 191-204.
- Sinha, T.N. (1996). "Human factors in entrepreneurship effectiveness". *Journal of Entrepreneurship* 5 (1). pp. 23-29.
- Sugiono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (1996). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutjipto. (2002). *Minat Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMEA) terhadap Kewiraswastaan*. On-line. Diambil dari <http://www.depdiknas.go.id/jurnal/45/sutjipto.htm>.
- Tajul Arifin. (1999). "Agama dan Prestasi Sosial Ekonomi: Kritik Terhadap Hasil Penelitian," dalam *Jurnal Mimbar Studi*. No. 3 Tahun XXII. Bandung: IAIN Sunan Gunung Djati. pp. 155-204.
- Taufik Abdullah. (1996). 'Dunia Melayu', dalam *Jurnal Ulumul Qur'an*. Nomor 1, Volume VII, Tahun 1996. Jakarta: LSAF. pp. 24-25.
- UU. Hamidy. (1999). *Islam dan Masyarakat Melayu Riau*. Pekanbaru: UIR Press.
- Yusmar Yusuf. (1996). *Gaya Riau: Sentuhan Fenomenologis Budaya Melayu di Tengah Globalisasi*. Pekanbaru: UNRI.